

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi kasus: Mely Butik Arjawinangun Cirebon)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syari'ah (S.Sy)

Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah / Muamalah

Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Cirebon



Oleh

IIN MASRIAH

NIM. 14122231108

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

1437 H / 2016 M

ABSTRAK

Iin Masriah : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus : Mely Butik Arjawinangun Cirebon)”.

Para pengusaha yang berada di era persaingan global seperti saat ini harus memperhatikan manfaat yang diperoleh konsumen setelah membeli produk atau jasa tersebut. Sebab hal tersebut merupakan salah satu faktor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan konsumen. Keputusan pembelian menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan pembelian para konsumen. Dalam penelitian ini dapat di rumuskan mencakup pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Mely Butik Arjawinangun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap pembelian produk oleh konsumen di Mely Butik Arjawinangun. Maka dari itu, penulis merasa perlu untuk membuktikan hal tersebut, dengan cara melakukan observasi di Mely Butik Arjawinangun-Cirebon.

Analisis yang digunakan adalah teknik analisis uji regresi liner berganda, dan uji hipotesis/ uji t , uji F, uji R^2 dengan bantuan SPSS 16.0 *for windows*. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya melalui observasi langsung ke Mely Butik, Arjawinangun – Cirebon, melalui penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada konsumen yang populasinya berjumlah 360 orang dan sampel yang diambil menggunakan rumus solvin sebanyak 78 responden.

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linear berganda adalah $Y = 24,077 + 0,200X_1 + 0,268X_2$ diperoleh nilai t_{hitung} 1.727 dan t_{tabel} taraf signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan (dk) = n-3, 78-3=75 adalah 1,992 (lihat tabel t dalam lampiran). Nilai t_{hitung} 1,727 < t_{tabel} 1,992, oleh karena itu H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen artinya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan R^2 85,5 % jadi dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan kontribusi sebesar 14,5% terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Kualitas, Pelayanan, Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen.



ABSTRACT

In Masriah: "Influence of Service Quality And Price Of Consumer Purchase Decision (Case Study: Boutique Mely Arjawinangun Cirebon."

The entrepreneurs who are in an era of global competition such as this must pay attention to the benefits of consumers after buying the product or service. Because it is one factor to be able to study about consumer satisfaction. Purchasing decisions becomes important to note because it would be a consideration of how the marketing strategy that will be done by the next company. Quality of service and price are the two factors that influence satisfaction and purchase decisions of consumers. The authors felt the need to prove it, by way of observation in Mely Boutique Colecction Arjawinangun-Cirebon.

The analysis used are validity, reliability test, normality test, homogeneity, linearity test, test multicollinearity, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing / t-test, F, R2 test with SPSS 16.0 for Windows. The method used is quantitative method. Data collection techniques through direct observation to Mely Boutique, Arjawinangun - Cirebon, through questionnaires aimed at consumers who population it amounted to 360 people, and samples taken using the formula solvin many as 78 respondents.

Based on the research results of multiple linear regression analysis is $Y = 24 + 077 + 0,200X1 + 0,268X2$ obtained ttable tcount 1727 and the significant level of 0.05 and degrees of freedom (df) = n-3, 78-3 = 75 was 1.992 (t see table in appendix). Tcount 1.727 <1.992 ttable, therefore Ho is accepted and Ha rejected, which means the quality of service is not a positive influence on consumer purchase decisions means the price positive influence on consumer purchasing decisions. And R2 85.5% so it can be seen that the quality of service and price contributed 14.5% of the purchasing decisions of consumers.

Keywords: Quality, Service, Price and Consumer Purchase Decision



ملخص

انن مسرعة : "تأثير جودة الخدمة والأسعار من قرار شراء المستهلك (دراسة حالة: بوتيك ميلي ارجاوننون- سيريبون."

يجب على رجال الأعمال الذين هم في عصر المنافسة العالمية مثل هذا إيلاء الاهتمام لصالح المستهلكين بعد شراء المنتج أو الخدمة. لأنه هو عامل واحد لتكون قادرة على دراسة حول رضا المستهلك. قرارات الشراء يصبح من المهم أن نلاحظ أنه سيكون النظر في كيفية استراتيجية التسويق التي سيتم القيام به من قبل الشركة القادمة. جودة الخدمة والسعر اثنين من العوامل التي تؤثر على رضا وشراء قرارات المستهلكين. ورأى الباحثون أن الحاجة إلى إثبات ذلك، عن طريق الملاحظة في ميلي بوتيك ارجاوننون - سيريبون.

التحليل المستخدمة هي صحة، اختبار الموثوقية، واختبار الحياة الطبيعية، تجانس، اختبار الخطي، اختبار الخطية المتعددة، اختبار عدم تجانس، متعددة تحليل الانحدار الخطي، وفرضية اختبار / اختبار t ، F ، اختبار R^2 مع SPSS 16.0 ويندوز. الطريقة المستخدمة هي طريقة الكمي. تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة المباشرة لميلي بوتيك، ارجاوننون - سيريبون، من خلال الاستبيانات التي تهدف إلى المستهلكين الذين شخصهم بلغت 360 شخصا، والعينات المأخوذة باستخدام الصيغة solvin يصل الى 78 المشاركين.

وبناء على نتائج البحوث في مجال تحليل الانحدار الخطي المتعدد هو $Y = 10,200 + 0,077 + 24 = X$ $X_{20,268}$ الحصول $tcount$ 1727 ومستوى كبير من 0.05 ودرجات الحرية (DF) = 3، $75 = 3 - 78$ وكان 1.992 (ر انظر الجدول في الملحق). $tcount$ 1,727 $1.992 > ttable$ ، ولذلك قبلت H_0 وها رفضت، مما يعني أن جودة الخدمة ليست لها تأثير إيجابي على قرارات شراء المستهلك تعني سعر تأثير إيجابي على القرارات الشرائية للمستهلكين. R^2 85.5٪ لذلك ي مكن ملاحظة أن جودة الخدمة والسعر ساهمت بنسبة 14.5٪ من القرارات الشرائية للمستهلكين

كلمات البحث: الجودة والخدمة والسعر والمستهلك قرار الشراء





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS : MELY BUTIK ARJAWINANGUN - CIREBON"** oleh IIN MASRIAH, NIM 14122231108, telah diujikan dalam sidang munaqasah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada hari Senin, 01 Agustus 2016.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Strata (S-1) pada Fakultas Syari'ah Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.


Cirebon, 01 Agustus 2016

Sidang Munaqasah


Ketua
Merangkap Anggota,


H. Juju Jumena, SH., MH
NIP. 19720514 200312 1 003


Penguji I


Wartoyo, M. Si
NIP. 19830702 201101 1 008

Sekretaris
Merangkap Anggota,


Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Penguji II


Ridwan Widagdo, M. Si
NIP. 19730304 200710 1 002

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| ملخص..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN | v |
| NOTA DINAS | vi |
| PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI | vii |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | viii |
| PERSEMBAHAN | ix |
| KATA PENGANTAR | xi |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA | xiii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xxi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|---|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 5 |
| 1. Identifikasi Masalah | 6 |
| 2. Pembatasan Masalah | 6 |
| 3. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penulisan | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| E. Sistematika Penulisan..... | 8 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|--|----|
| A. Landasan Teori. | 10 |
| 1. Keputusan Pembelian Konsumen | 10 |
| a. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen | 10 |
| b. Macam-Macam Keputusan | 12 |
| c. Model Konsumen..... | 13 |



| | |
|---|----|
| d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. | 14 |
| e. Proses Keputusan Pembelian..... | 17 |
| f. Tipe-Tipe Prilaku Pembelian..... | 18 |
| g. Tahap-Tahap Proses Membeli | 19 |
| 2. Kualitas Pelayanan. | 19 |
| a. Pengertian Kualitas Pelayanan. | 21 |
| b. Kriteria Kualitas Pelayanan. | 23 |
| 3. Harga | 26 |
| a. Definisi Harga..... | 26 |
| b. Faktor-Faktor Kebijakan Penetapan Harga | 29 |
| c. Penetapan Harga | 32 |
| d. Tujuan Penetapan Harga | 33 |
| e. Strategi Penetapan Harga | 34 |
| B. Penelitian Terdahulu | 36 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 40 |
| 1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian | 41 |
| 2. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 41 |
| D. Hipotesis | 42 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 44 |
| 1. Tempat Penelitian..... | 44 |
| 2. Waktu Penelitian..... | 44 |
| B. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian..... | 45 |
| 1. Pendekatan Penelitian..... | 45 |
| 2. Jenis Pendekatan | 46 |
| C. Populasi Dan Sampel | 46 |
| 1. Populasi | 47 |
| 2. Sampel | 47 |
| D. Jenis Data | 48 |
| E. Sumber Data | 49 |





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

| | |
|--|----|
| 1. Data Primer..... | 49 |
| 2. Data Skunder..... | 49 |
| F. Teknik Pengumpulan Data. | 50 |
| 1. Kuesioner (Angket)..... | 50 |
| 2. Observasi. | 50 |
| G. Operasional Variabel Penelitian. | 51 |
| 1. Variabel Bebas (Dependen Variabel)..... | 51 |
| 2. Variabel Terikat (Independen Variabel)..... | 51 |
| H. Instrumen Penelitian. | 54 |
| I. Uji Instrumen Penelitian..... | 54 |
| 1. Uji Validitas | 55 |
| 2. Uji Reliabilitas | 57 |
| J. Teknik Analisis Data | 57 |
| 1. Uji Regresi Linear Berganda | 58 |
| 2. Uji Asumsi | 59 |
| a. Uji Asumsi Dasar. | 59 |
| 1) Uji Normalitas. | 59 |
| 2) Uji Homogenitas..... | 59 |
| 3) Uji Linearitas..... | 60 |
| b. Uji Asumsi Klasik. | 60 |
| 1) Uji Multikolinearitas..... | 60 |
| 2) Uji Heteroskedastisitas. | 61 |
| 3. Uji Hipotesis Statistik..... | 61 |
| a. Uji t..... | 62 |
| b. Uji F..... | 62 |
| c. Koefisien Determinasi | 63 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Kondisi Objektif Mely Butik Arjawinangun..... | 64 |
| 1. Sejarah Mely Butik Arjawinangun..... | 64 |
| 2. Visi dan Misi Mely Butik Arjawinangun. | 65 |

| | | |
|----|--|----|
| B. | Hasil penelitian dan pembahasan..... | 65 |
| 1. | Karakteristik responden..... | 65 |
| C. | Uji Instrumen Penelitian..... | 67 |
| 1. | Uji Validitas | 67 |
| 2. | Gambaran Kualitas Pelayanan Variabel (X_1). | 69 |
| 3. | Gambaran Harga Variabel (X_2)..... | 76 |
| 4. | Gambaran Keputusan Pembelian Konsumen Variabel (Y)..... | 83 |
| 5. | Uji Reliabilitas. | 90 |
| a. | Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Variabel (X_1). | 90 |
| b. | Uji Reliabilitas Harga Variabel (X_2).. | 91 |
| c. | Reliabilitas Keputusan Pembelian Konsumen Variabel (Y).. | 92 |
| D. | Teknik Analisis Data..... | 92 |
| 1. | Uji Regresi Linear Berganda | 92 |
| 2. | Uji Asumsi | 93 |
| a. | Asumsi Dasar | 93 |
| 1) | Uji Normalitas | 93 |
| 2) | Uji Homogenitas..... | 94 |
| a) | Uji Homogenitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) | 94 |
| b) | Uji Homogenitas Variabel Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) | 95 |
| 3) | Uji Linearitas..... | 95 |
| a) | Uji Linearitas Variabel (X_1) | 95 |
| b) | Uji Linearitas Variabel (X_2) | 96 |
| b. | Uji Asumsi Klasik | 96 |
| 1) | Uji Multikolinearitas..... | 96 |
| 2) | Uji Heteroskedastisitas | 97 |
| 3. | Uji Hipotesis Statistik..... | 98 |
| a. | Uji Hipotesis (Uji t)..... | 98 |
| 1. | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..... | 98 |



2. Pengaruh Harga Terhadap

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Keputusan Pembelian Konsumen..... | 99 |
| b. Uji F..... | 100 |
| c. Koefisien Determinasi | 100 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|-----|
| A. Kesimpulan..... | 102 |
| B. Saran..... | 103 |

| | |
|-----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA | 104 |
|-----------------------------|------------|

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang berada di era persaingan global seperti saat ini harus memperhatikan manfaat yang diperoleh konsumen setelah membeli produk atau jasa tersebut. Sebab hal tersebut merupakan salah satu faktor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan konsumen. Keputusan pembelian menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.

Keputusan pembelian dapat didefinisikan secara sederhana sebagai proses mencapai tujuan yang berkaitan untuk kehidupan dalam jangka panjang. Karena suatu perusahaan akan memiliki strategi untuk setiap konsumennya membeli apa yang sudah dihasilkan oleh perusahaan.¹

Menurut pandangan Islam mengenai pengambilan keputusan berdasarkan QS. Al-Maidah: 100.

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ ۚ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَأُولَىٰ
الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

¹Suyadi Prawirosentono & Dewi Primasari, *Manajemen Strategi & Pengambilan Keputusan Korporasi*, (Jakarta :PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 98.



100. Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."²

Ayat di atas menjelaskan bahwasedikit perkara halal yang bermanfaat lebih baik daripada banyak perkara haram yang menimbulkan madarat. Orang-orang yang berakal akan menjauhi hal-hal yang haram dan akan menerima hal-hal yang halal yang cukup baginya. Hal itu akan memberikan keberuntungan di akhirat kelak.³

Dalam Islam boleh mengambil keuntungan dari transaksi barang yang diperjualbelikan selama tidak merugikan kedua belak pihak dan keduanya sama-sama ikhlas. Disamping itu, Islam menganjurkan untuk tidak berbuat kecurangan atau kemadharatan dalam jual beli karena itu dapat merugikan.

Konsumen memegang peranan penting untuk menentukan pilihan dan memutuskan pembelian produk yang dibutuhkan. Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, keluarga terutama faktor kualitas pelayanan dan harga.

Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur dalam menentukan keputusan pembelian, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting. Kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya.⁴ Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung keputusan konsumen akan terwujud.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa produk atau jasa jangan memberikan yang tidakberkualitas, melainkan yang berkualitas pada konsumen.

²Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 100

³Ar Rifa'i, M. Nasib, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir* jilid 4, (Jakarta: Gema Insani, 2000), hlm. 523

⁴Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm 76.



Dalam transaksi jual beli pun seharusnya menjual produk-produk yang baik yang tidak membohongi para konsumen, tidak menjual produk yang jelek seperti sudah habis masa berlakunya tapi masih saja diperjualkan. Sebagai produsen yang baik seharusnya memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk para konsumen.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk yang mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Dengan pandangan tersebut, maka perpektif harga membutuhkan pemahaman tentang bagaimana pelaksanaan penetapan harga memandang dan memahami pelanggan.⁵

Strategi untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga produk untuk merangsang respon pasar yang lebihkuat. Harga produk diharapkan dapat mendorong keinginan konsumen untuk menggunakan suatu produk, serta mengiming-imingi konsumen meninggalkan produk pesaing.

Harga merupakan salah satu kunci konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Harga akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi pelanggan dalam memutuskan pembeliannya, pelanggan akan membandingkan harga dari produk pilihan mereka dan kemudian mengevaluasi apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan produknya, serta jumlah uang yang harus mereka keluarkan. Hal ini akan membuat harga pada suatu produk menjadi salah satu hal yang dikenali oleh pelanggan. Harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Jika ketiga aspek tersebut adalah kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian berjalan dengan baik, maka konsumen akan merasa puas, sedangkan pada kenyataannya tidak demikian. Sebagai salah satu jenis bisnis yang sedang marak beberapa tahun belakangan ini adalah usaha dalam bidang fashion.

⁵Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 193.



Sehingga penulis mengambil studi kasus di Mely Butik Arjawinangun Kabupaten Cirebon. Suatu butik yang menjual berbagai fashion hijab diantaranya kerudung, asesoris hijab, gamis dan lain-lain. Butik itu sendiri maju sangat pesat dipasaran dan mampu bersaing dipasaran. Tentunya dengan keadaan kualitas pelayanan dan harga sehingga mampu memikat para konsumen yang ingin membeli barang yang dijualkan.

Cirebon merupakan salah satu kota besar yang banyak bermunculan butik-butik bisnis khususnya menjual kerudung. Banyaknya butik di daerah Cirebon yang memberikan kesempatan bagi para konsumen dan menjadi pelanggan tetap. Masyarakat Kota Cirebon telah mengenal trend model kerudung. Dari perubahan gaya hidup dan kemajuan zaman tersebut yang telah mengangkat kerudung menjadi trend dikalangan masyarakat Kota Cirebon.

Saat ini banyak butik modern yang berkembang, contohnya pada Mely Butik Arjawinangun yang menjual berbagai kerudung muslim. Selain itu Butik tersebut menjual kerudung, baju muslim, asesoris, dan masih banyak lagi. Meskipun Mely Butik Arjawinangun ini sudah berkembang lama, tapi saat ini pertumbuhannya semakin pesat jika dibandingkan dengan sebelumnya. Hal ini karena faktor kualitas pelayanan dan harga.

DATA KONSUMEN PERTAHUN

MELY BUTIK ARJAWINANGUN-CIREBON

| NO | BULAN | JUMLAH KONSUMEN PER TAHUN | | | | |
|----|----------|---------------------------|------|------|------|------|
| | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| 1 | Januari | 14 | 16 | 20 | 30 | 32 |
| 2 | Februari | 11 | 20 | 19 | 32 | 34 |
| 3 | Maret | 15 | 20 | 23 | 22 | 33 |
| 4 | April | 19 | 19 | 18 | 21 | 32 |
| 5 | Mei | 20 | 20 | 20 | 21 | 32 |
| 6 | Juni | 22 | 22 | 40 | 42 | 40 |

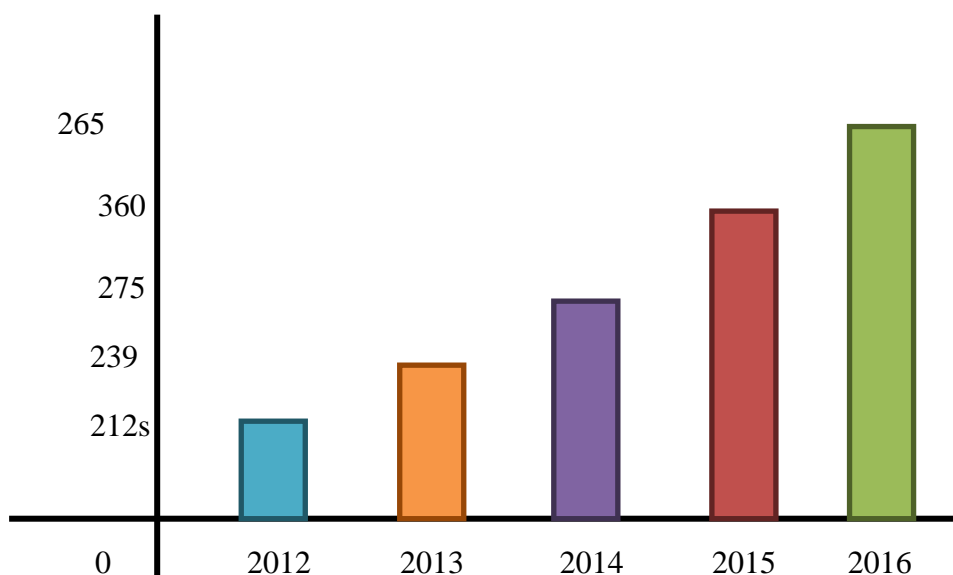


| | | | | | | |
|---------------|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 7 | Juli | 28 | 35 | 49 | 51 | 62 |
| 8 | Agustus | 22 | 22 | 23 | 23 | - |
| 9 | September | 18 | 18 | 19 | 22 | - |
| 10 | Oktober | 15 | 15 | 14 | 32 | - |
| 11 | November | 13 | 13 | 14 | 31 | - |
| 12 | Desember | 15 | 19 | 16 | 33 | - |
| JUMLAH | | 212 | 239 | 275 | 360 | 265 |

Keterangan.

1. Secara global dari data tabel di atas dapat dilihat bahwa data konsumen dari tahun 2012 sampai tahun 2015 selalu meningkat.
2. Data konsumen dari tahun 2012 sampai tahun 2015 juga cukup lengkap perbulannya.
3. Kecuali data konsumen tahun 2016 belum lengkap, karena belum genap satu tahun penuh. melainkan baru tujuh bulan yaitu dari bulan Januari sampai juli.

Jika di salin dalam bentuk grafis akan berbentuk seperti di bawah ini.



Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mely Butik Arjawinangun Kabupaten Cirebon”**

B. Perumusan Masalah

Dalam perumusan masalah dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi masalah, pembatasan masalah dan merumusan suatu pertanyaan penelitian yang kemudian akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Dalam perumusan masalah ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu :

1. Identifikasi Masalah

Tahapan identifikasi masalah merupakan suatu kegiatan berupa mencari masalah yang sekiranya dapat dicarikan jawabannya melalui penelitian.⁶

a. Wilayah kajian

Wilayah kajian penelitian ini masuk dalam wilayah Ekonomi Islam yang lebih dispesifikasikan lagi pada Ekonomi Mikro Islam

b. Pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan yaitu penyebaran kuesioner atau angket.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditulis diatas, maka penulis membatasi masalahnya yaitu mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang berlokasi diMely Butik Arjawinangun Kabupaten Cirebon.

⁶Deni Darmawan. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 96



3. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah pembahasan, maka penulis merumuskannya dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Adapun hal-hal yang menjadi rumusan masalah permasalahan yang akan ditelaah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mely Butik Arjawinangun?
- b. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Mely Butik Arjawinangun ?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Mely Butik Arjawinangun?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai suatu bentuk hasil karya ilmiah dari kegiatan penelitian.⁷ Dan untuk melaksanakan penelitian, peneliti tidak kehilangan arah dan hasil yang dicapai benar-benar bermanfaat dan sesuai dengan hasil yang diharapkan. Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, sebagai tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mely Butik Arjawinangun.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Mely Butik Arjawinangun.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Mely Butik Arjawinangun.

⁷Deni Darmawan hlm. 81



D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dilakukan untuk memperkaya khazanah keilmuan. Membantu meningkatkan kemampuan dalam menginterpretasikan fenomena-fenomena sosial/ ekonomi yang saling berkaitan.⁸

1. Bagi Penulis

Sebagai usaha untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan wawasan yang lebih luas dalam penelitian tersebut dan untuk membuat suatu kerangka kerja yang menuntunnya melalui langkah-langkah kerja yang di perlukan untuk mencapai tujuan dalam penelitian tersebut.

2. Bagi Produsen

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat menjadikan butik lebih mengetahui peluang bisnis dan menjadikan Mely Butik Arjawinangun lebih berkembang dan lebih sukses.

3. Bagi Akademik

Sebagai referensi bagi mahasiswa dan sebagai pembanding untuk penelitian berikutnya terutama bagi mahasiswa yang belajar di perguruan tinggi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon Khususnya untuk Jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Syariah dalam konteks pengembangan ilmu pengetahuan maupun bahan kebijakan institusi dalam menghadap ilmu pengetahuan dan teknologi.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan merupakan uraian-uraian singkat yang berisi deskripsi mengenai pembahasan yang ada dalam setiap bab yang disertai dengan sub-sub bab yang saling berkaitan. Adapun pembahasan yang ada dalam tulisan ini bisa dirumuskan dengan sistematika sebagai berikut;

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama berupa pendahuluan sebagai pengantar kepada pembahasan-pembahasan pada bab selanjutnya. Bab ini

⁸Hendri Tanjung Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), hlm. 14



mengemukakan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan diakhiri oleh sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua berupa tinjauan pustaka mengenai kualitas pelayanan, harga, keputusan pembelian konsumen, penelitian yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga berisi tentang sasaran dan lokasi penelitian yang akan dilaksanakan, metode penelitian ini dan teknik pengumpulan data, populasi dan teknik pengumpulan sample, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian, teknis analisis data dan hipotesis statistik.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan melalui pembahasan, meliputi deskripsi/identitas responden, hasil penelitian yang telah dilakukan, dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima berisi kesimpulan dari pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dari bab-bab sebelumnya, serta disertai saran-saran untuk penelitian selanjutnya agar apa yang tidak lengkap dibahas dalam penelitian ini dapat dilengkapi oleh peneliti selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

A. Kitab

Kitab Al-Qur'an

B. Buku

Abdurahman, Fathoni. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Amstrong, Gery. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Analisis Jalur (Parth Analysis). Bandung : CV Alfabeta.

Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Assauri, Sofjan. 2012. *Strategic Marketing*. Jakarta: Rajawali Pers.

Asnawi, Nur & Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.

Berry, Zeithaml. Parasuraman A. Valerie A. Leonard L. 1999. *Servqual: A multiple Item Scale For Measuring Consume Perception Of Service Quality*. Journal Of Retailing.

Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cet-1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Deming, W. Edward, philip B. Crosby dan Joseph M. Juran dalam Yamit, 2005. *Quality Definition*, Jakarta: Salemba Medika.



- Deseoph, P. Guiltinon & Goridon W. Paul.1994. *Startegi & Program Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Devi, Hendri Tanjung Abrista. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Djunaeni, Endang. 2013. *Manejemen Bisnis Sebuah Pengantar*.Yogyakarta: Depublish.
- Emzir, Dr.2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*.Jakarta: Rajawali Pers.
- Gronroos. 1992. *Service Management And Marketing*. Lexington Books. Massachusetts. Toronto.
- Harini. 2008. *Makro ekonomi Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Iqbal. 2009. *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2008. *Manajemen Dasar. Pengertian. Dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*.Bandung: Alfabeta.
- Irwan,Handi. 2003. *Indonesia Customer Satisfaction Strategi Kepuasan Pelanggan Merk Pemenang ICSA*. Jakarta: Gramedia.
- Kamir Dan Jakfar. 2007. *StudiKelayakan Bisnis. Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Kanuk,Schiffman. Leon. G. Leslie Lazar. 2004. *Consumer Behavior* (New Jersey: Pearson Prntice Hall Inc.
- Kertajaya, Hermawan. 2002.*Hermawan Kertajaya On Marketing*. Edisi Pertma. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rahmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kotler, Phillip. 2003.*Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Amstrong Gary. 2012.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.



- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. Gary. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Model Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lidiyawatie. 1998. *Perilaku Konsumen: Aplikasi Dalam Bisnis Dan Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Utama.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Miniard, Engel. F. James Roger D. Bleckwell. Paul W.. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Muhammad, Najamuddin. 2012. *Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Entrepreneur*. Yogyakarta: Diva Press.
- Muhammad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nasib, Ar Rifa'i. M. 2000. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Jilid 1 Jakarta: Gema Insani.
- Nasib, Ar Rifa'i. M. 2000. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Jilid 3 Jakarta: Gema Insani.
- Nasib, Ar Rifa'i. M. 2000. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir* jilid 4. Jakarta: Gema Insani.
- Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Nur, Diana. Iifi. 2012. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Cet- 3. Malang: UIN Maliki Pres Anggota IKAPI.
- Nur, Sunardi. 2009. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prawirosentono, Suyadi dan Dewi Primasari. 2014. *Manajemen Stratejik & Pengambilan Keputusan Korporasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyanto, Duwi. 2010. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta : Mediakom.



- Riduwan. 2008. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Ridwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai*
- Santoso, Singgih. 2002. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Alex Media Koputindo.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian. Kuantitatif Kualitatif. Dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Subana, M. & Sudrajat. 2001. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiono. 2010. *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2009. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, Dan Kasus*. Yogyakarta: Caps Centre Of Academic Publishing Service.
- Suyanto, M. 2008. *Muhammad Business Strategy & Ethics*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy: Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Schiffman Dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7 Jakarta: Indeks.
- Syahrial, Yusroni Akhmad. 2015. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Aneka Karya Glass Di Surakarta*. Skripsi. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tafsir Departemen Agama Republik Indonesia
- Tim Penyusunan Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi II*. Jakarta: Pusat Bahasa.



Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandi. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandi. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandi. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset.

Uhar, Suharsaputra. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif. Dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.

C. Internet

<http://www.statistikian.com/2013/01/uji-homogenitas.html>. diunduh pada Tanggal 20 Januari 2016 pukul 06:30

<http://duwiconsultant.blogspot.co.id/2011/11/uji-homogenitas.html>. diunduh pada tanggal 20 Januari 2016 pukul 06:33

<http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/uji-asumsi-klasik.html>. diunduh pada tanggal. 13 Desember 2015. pukul : 21.55

D. Wawancara

Berdasarkan Hasil Wawancara Peneliti Dengan Sri Fauiziah Selaku Pemilik Mely Butik. Hari senin. tanggal 25 april 2016. pukul

